

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BIBIT JAMUR TIRAM  
(Studi Kasus pada UD *Syahid Mushroom* di Kelurahan Tamanjaya  
Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya)**

***OYSTER MUSHROOM SEED BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY  
(Case Study on the Syahid Mushroom Trading Business in Tamanjaya  
Village, Tamansari District, Tasikmalaya City)***

**FAISHAL SOFFAN MARSUS<sup>1</sup>, IVAN SAYID NURAHMAN<sup>2</sup>,  
SAEPUL AZIZ<sup>3</sup>**

Fakultas Pertanian, Universitas Galuh  
\*E-mail: [faishalmarsus093@gmail.com](mailto:faishalmarsus093@gmail.com)

**ABSTRAK**

Usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* memiliki prospek yang menjanjikan karena memiliki produk yang berkualitas serta tingginya permintaan pasar. Tujuan penelitian ini untuk merumuskan strategi pengembangan usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* melalui analisis faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi kegiatan usaha. 1) Faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*. 2) Faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*. 3) Merumuskan alternatif strategi pengembangan pada usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* di Kelurahan Tamanjaya Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan adalah analisis *SWOT*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Faktor internal yang meliputi: Kekuatan, yaitu lokasi perusahaan strategis, produk berkualitas, produk terkenal di khalayak masyarakat, pengalaman usaha. Kelemahan, yaitu administrasi usaha, keterbatasan tenaga kerja, metode pemasaran terbatas. 2) Faktor eksternal yang meliputi: Peluang, yaitu permintaan produk yang tinggi, peluang pasar, memiliki kepercayaan dan loyalitas dan pelanggan. Ancaman, yaitu banyaknya pesaing, perubahan cuaca yang tidak stabil, fluktuasi harga bahan baku, serangan hama dan penyakit. 3) Alternatif strategi yang tepat yaitu menggunakan strategi *S-O*. Strategi *S-O* (*Strength-Opportunity*), maka dihasilkan faktor-faktor yang perlu dipertahankan untuk memanfaatkan peluang saat ini, yaitu mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dengan cara pengawasan produk, memanfaatkan *platform* media sosial dan membuka titik distribusi baru untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, mengembangkan loyalitas pelanggan dan testimoni pelanggan sebagai konten promosi di media sosial dan pemasaran digital.

**Kata Kunci :** Analisis *SWOT*, Bibit Jamur Tiram, Pengembangan, Strategi

**ABSTRACT**

*The Syahid Mushroom oyster mushroom seed business has promising prospects because it has quality products and high market demand. The aims of this research is to formulate a strategy for developing the Syahid Mushroom oyster mushroom seed bussines through an analysis of internal and external factors that influence bussines activities. 1) Internal factors that are the strengths and weaknesses of the Syahid Mushroom oyster mushroom seed business. 2) External factors that are the opportunities and threats of the Syahid Mushroom oyster mushroom seed business. 3) Formulate alternative development strategies for the Syahid Mushroom oyster mushroom seed business in Tamanjaya Village, Tamansari District, Tasikmalaya City. This study uses a case study method. The data used in this study are primary data and secondary data. The analysis used is SWOT analysis. The results of this study indicate that: 1) Internal factors include: Strengths, namely strategic company location, quality products, well-known products among the public, business experience. Weaknesses, namely business administration, limited workforce, limited marketing methods. 2) External factors include:*

*Opportunities, namely high product demand, market opportunities, having trust and loyalty and customers. Threats, namely the number of competitors, unstable weather changes, fluctuations in raw material prices, pest and disease attacks. 3) The right alternative strategy is to use the S-O strategy. The S-O (Strength-Opportunity) strategy yields factors that need to be maintained in order to capitalize on current opportunities are: maintaining and improving product quality by means of product supervision, utilizing social media platforms and opening new distribution points to reach wider consumers, developing customer loyalty and customer testimonials as promotional content on social media and digital marketing.*

**Keywords:** SWOT Analysis, Oyster Mushroom, Development, Strategy

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara agraris dan Negara kepulauan yang memiliki daratan luas dan sumber daya alam yang melimpah, yang artinya sebagian besar penduduk bermata pencaharian bertani. Di Indonesia, sektor pertanian adalah salah satu elemen kunci yang mendukung pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional. Dengan demikian, pembangunan ekonomi nasional pada abad ke-21 akan terus bergantung pada sektor pertanian secara luas (Saragih, 2010).

Sektor pertanian merupakan komoditi hortikultura yang memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan dan merupakan salah satu langkah yang diambil oleh pemerintah untuk meningkatkan kontribusi sektor pertanian adalah dengan mengembangkan hortikultura. Upaya ini dilakukan karena potensi pertumbuhan ekonomi hortikultura sangat besar dan belum sepenuhnya terealisasi. Pengembangan utama sektor

pertanian adalah program diversifikasi, ekstensifikasi, intensifikasi, dan rehabilitasi pertanian, yang semuanya sangat bergantung pada pengembangan komoditas hortikultura (Budasih *et al*, 2014).

Indonesia memiliki banyak jenis komoditas hortikultura yang beragam, salah satunya jamur tiram yang termasuk dalam kelompok hortikultura sayuran. Jamur tiram merupakan salah satu jenis jamur yang memiliki potensi yang cukup menjanjikan dalam bidang bisnis, hal ini dikarenakan permintaan pasar belum dapat terpenuhi oleh produsen. Hal ini didasarkan pada tingginya permintaan konsumen terhadap produk hortikultura, ketersediaan lahan yang prospektif, kondisi agroklimat yang mendukung, serta ketersediaan sumber daya manusia yang dapat dilibatkan. Usaha terhadap jamur tiram sudah banyak dilakukan baik sebagai usaha sampingan maupun usaha utama dalam skala yang bervariasi, mulai dari kecil hingga besar dalam skala industri

(Hermayanti, 2013).

Badan Pusat Statistik menyatakan produksi jamur tiram di Kota Tasikmalaya mengalami peningkatan dari tahun 2019-2023. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Data Produksi Jamur Tiram di Kota Tasikmalaya, Tahun 2023**

Tahun	Produksi (Ton)
2019	1.067
2020	1.113
2021	1.158
2022	1.197
2023	1.349

*Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya, 2023*

Berdasarkan Tabel 1. Diketahui bahwa produksi jamur tiram di Kota Tasikmalaya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023 mencapai 1.349 ton meningkat dari tahun sebelumnya yang sebesar 1.197 ton. Peningkatan produksi jamur tiram di Kota Tasikmalaya bisa dikatakan masih sangat produktif dikarenakan para petani percaya akan potensi yang bisa terus berkembang dan meningkat, serta layak dan harus terus dipertahankan. Sebagian petani menggunakan lahannya untuk tanaman hortikultura salah satunya seperti bertani jamur tiram karena petani menganggap bahwa jamur tiram masih menguntungkan dan masih layak bersaing dengan hortikultura lain. Peningkatan produksi

jamur tiram didorong oleh meningkatnya permintaan jamur tiram di pasaran, baik dari pasar lokal maupun pasar luar daerah.

Salah satu usaha bibit jamur tiram yang sudah lama beroperasi sejak tahun 2005 yang berlokasi di Kelurahan Tamanjaya Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya yaitu usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*. *Syahid Mushroom* merupakan nama dari sebuah usaha bibit jamur tiram yang dikelola oleh bapak Aris, dengan melibatkan beberapa orang tenaga kerja dengan modal awal sebesar Rp.300.000. Usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* merupakan usaha yang menyediakan baglog jamur dan bibit jamur tiram putih dan jamur tiram cokelat.

Usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* bisa dikatakan masih dalam tahap perkembangan, dikarenakan banyaknya kompetitor atau pesaing yang sudah mulai berkembang. Oleh karena itu, dalam kegiatan pemasarannya perlu dilakukan pengembangan lebih jauh agar bisa terus berkembang dan bersaing kedepannya. Salah satu faktor yang belum bisa dikatakan bersaing yaitu keterbatasan sarana atau media yang belum berkembang, serta dalam pembukuan dan penulisan administrasi data produksi yang bisa dikatakan belum terstruktur atau belum menggunakan teknis modern. Oleh

karena itu, persaingan dan kurangnya adaptasi dunia *online* masih perlu dibenahi serta perlu dikembangkan dari mulai sistem pembukuan dan manajerial bisnis yang baik dan meningkatkan kuantitas tenaga kerja agar bisa terus berkembang dan bersaing dalam aspek kualitas maupun kuantitas produksi jamur tiram tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pengembangan usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* dan untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan yang dilakukan usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus mengacu pada penelitian mendalam tentang karakteristik tertentu dari objek penelitian selama periode waktu tertentu, atau fenomena yang terjadi di lokasi tertentu yang mungkin berbeda dari daerah penelitian lainnya (Nazir, 2011). Penelitian ini mengambil kasus pada usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* yang berlokasi di Kelurahan Tamanjaya Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam

penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung (observasi) di lokasi penelitian, wawancara secara langsung, dan kuesioner yang diisi oleh partisipan atau responden. Data sekunder diperoleh dari instansi atau lembaga terkait atau dari informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain.

### Teknik Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive* (sengaja) pada pemilik usaha dan tenaga kerja UD *Syahid Mushroom* sebanyak 6 orang. Selain itu, penelitian ini juga mengambil sampel konsumen bibit jamur tiram secara kebetulan atau *insidental* sehingga diperoleh sebanyak 5 orang konsumen. Dengan demikian, terdapat 11 orang yang menjadi responden pada penelitian ini, yang terdiri dari 1 orang pemilik usaha, 5 orang karyawan, dan 5 orang pelanggan atau konsumen. Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* dan *insidental sampling* adalah dua teknik non-probability sampling yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak membutuhkan generalisasi statistik.

### Operasionalisasi Variabel

Berikut merupakan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini:

1. Strategi merupakan pilihan yang

- mengarah pada pencapaian tujuan organisasi di masa depan dan langkah-langkah yang diambil untuk mencapai keadaan yang diinginkan. Dengan kata lain, strategi adalah rencana aksi yang ditetapkan untuk mencapai visi dan misi organisasi
2. Strategi pengembangan adalah respon secara terus menerus maupun adaptasi terhadap faktor internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi pengembangan usaha yang akan datang
  3. Usaha bibit jamur tiram merupakan kegiatan produksi dan penjualan bibit jamur tiram yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan pembudidaya jamur tiram, baik skala kecil maupun besar
  4. Faktor internal merujuk pada elemen-elemen yang memengaruhi operasi perusahaan di dalam industri, yang membantu mengenali kelemahan dan keunggulan dari sumber daya manusia, keuangan, produksi, dan pemasaran
  5. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang memengaruhi operasi perusahaan di luar industri
  6. Analisis *SWOT* adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis
  7. Kekuatan (*Strength*) adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya dan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar
  8. Kelemahan (*Weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara signifikan menghambat kinerja perusahaan
  9. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi penting dalam lingkungan perusahaan yang dapat memberikan keuntungan
  10. Ancaman (*Threat*) adalah situasi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan dan menjadi penghambat utama terhadap posisi yang diinginkan oleh perusahaan
  11. Matriks *SWOT* adalah alat yang digunakan untuk merumuskan berbagai alternatif strategi pengembangan melalui strategi *S-O*, *W-O*, *S-T*, dan *W-T*
- Rancangan Analisis Data**
- Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *SWOT* dengan menggunakan matriks *SWOT*,

yang terdiri dari matriks internal dan eksternal. Kemudian dari hasil analisis tersebut, diputuskan keputusan yang paling sesuai untuk diambil. Faktor internal dan faktor eksternal perlu dilibatkan dalam menggunakan analisis *SWOT*, karena analisis *SWOT* digunakan untuk membandingkan antara faktor internal dan faktor eksternal. Analisis *SWOT* adalah alat yang digunakan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal sehingga menentukan formulasi strategi yang tepat (Rangkuti, 2015). Untuk menentukan strategi pengembangan pada usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*, maka perlu dilakukan langkah awal yaitu melakukan pengumpulan data melalui wawancara yang disertai dengan daftar pertanyaan yang telah disusun dan telah dijawab berdasarkan setiap faktor yang relevan dari setiap faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Analisis *SWOT* digunakan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal. Tujuan analisis faktor internal untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal utama yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada usaha tersebut. Tujuan analisis faktor eksternal adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal utama yang menjadi peluang

dan ancaman bagi usaha tersebut. Untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal dalam pengembangan usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*, maka digunakan analisis *SWOT*.

Analisis *SWOT* membandingkan antara faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Setelah diidentifikasi faktor-faktor strategis internal dan eksternal, maka disusun dalam tabel *IFAS* (*Internal Factor Analysis Summary*) dan tabel *EFAS* (*Eksternal Factor Analysis Summary*). Matriks *IFAS* dirancang untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan, sedangkan matriks *EFAS* (*Eksternal Factor Analysis Summary*) dirancang untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal dalam kerangka peluang dan ancaman. Kemudian setelah dilakukan analisis dari kedua faktor strategis tersebut, maka hasilnya dimasukkan dalam kerangka matriks *SWOT*.

Matriks *SWOT* berfungsi sebagai alat untuk merumuskan strategi yang sesuai dengan menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman

yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dengan menggunakan matriks ini, perusahaan atau individu dapat mengidentifikasi posisi strategisnya dan mengembangkan rencana tindakan yang tepat untuk memaksimalkan potensi dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

### **Penentuan Alternatif Strategi**

Dalam menentukan alternatif strategi, langkah pertama adalah menentukan posisi di kuadran mana perusahaan berada, kemudian dibuat diagram analisis *SWOT* sehingga strategi yang dipilih akan sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan.

Posisi dapat dikelompokkan dalam empat kuadran I, II, III, IV. Pada kuadran I strategi yang sesuai adalah *agresif*, kuadran II adalah strategi *diversifikasi*, kuadran III adalah strategi *turn around* dan kuadran IV adalah strategi *defensif*.

Diagram Analisis *SWOT* adalah gambaran grafis posisi perusahaan berdasarkan penilaian variabel internal dan eksternal yang memengaruhinya. Dengan mengetahui posisinya dalam matriks *SWOT*, perusahaan dapat tindakan atau strategi terbaik untuk memaksimalkan kinerja dan menghadapi kondisi pasar serta lingkungan saat ini. Nilai dari faktor internal dan eksternal

adalah hasil dari mengalikan bobot dengan penilaian.

Matriks *SWOT* merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi strategi berdasarkan faktor-faktor strategi bisnis. Matriks ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman pada faktor eksternal bisa dipertimbangkan dan dapat dicocokkan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matriks ini menghasilkan 4 sel kemungkinan alternatif strategi: 1) Strategi *S-O* (*Strength-Opportunity*), memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mengambil dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya. 2) Strategi *S-T* (*Strength-Threat*), menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. 3) Strategi *W-O* (*Weakness-Opportunity*), meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang ada. 4) Strategi *W-T* (*Weakness-Threat*), meminimalkan kelemahan yang ada untuk menghadapi ancaman.

Dengan menggunakan matriks *SWOT* dan mempertimbangkan keempat strategi ini, sebuah entitas dapat mengembangkan rencana tindakan yang tepat untuk memanfaatkan potensi dan mengatasi tantangan yang dihadapi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Beberapa faktor internal yang berkaitan dengan pengembangan usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*, yaitu:

1. Kekuatan (*Strength*) terdapat; lokasi perusahaan strategis, produk berkualitas, produk terkenal di khalayak masyarakat, pengalaman usaha.
2. Kelemahan (*Weakness*) terdapat; administrasi usaha, keterbatasan tenaga kerja, metode pemasaran terbatas.

Beberapa faktor eksternal yang berkaitan dengan pengembangan usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*, yaitu:

1. Peluang (*Opportunity*) terdapat; permintaan produk yang tinggi, peluang pasar, memiliki kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
2. Ancaman (*Threat*) terdapat; banyaknya pesaing, perubahan cuaca yang tidak stabil, fluktuasi harga bahan baku, serangan hama dan penyakit.

### Perumusan Matriks IFAS

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) adalah suatu alat analisis yang memberikan gambaran tentang kondisi internal perusahaan untuk

mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*. Adapun hasil bobot dan rating pada usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* dapat dilihat pada tabel berikut.

No.	Variabel	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>				
1.	Lokasi perusahaan strategis	0,17	4	0,68
2.	Produk berkualitas	0,16	3	0,48
3.	Produk terkenal di khalayak masyarakat	0,16	3	0,48
4.	Pengalaman usaha	0,16	3	0,48
<b>Jumlah</b>		<b>0,65</b>		<b>2,12</b>
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1.	Administrasi usaha	0,13	3	0,39
2.	Keterbatasan tenaga kerja	0,10	2	0,22
3	Metode pemasaran terbatas	0,10	2	0,22
<b>Jumlah</b>		<b>0,35</b>		<b>0,83</b>
<b>Jumlah (<i>S+W</i>)</b>		<b>1,00</b>		<b>2,95</b>

Hasil identifikasi dari faktor internal terdapat 4 faktor kekuatan (*strength*) dan 3 faktor kelemahan (*weakness*). Lokasi perusahaan strategis merupakan indikator dengan skor tertinggi untuk variabel kekuatan dengan skor 0,68. Sedangkan administrasi usaha merupakan indikator dengan skor tertinggi untuk variabel kelemahan dengan skor 0,39. Administrasi usaha merupakan salah satu kelemahan terbesar yang harus terus dibenahi oleh usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*. Masalah tersebut mengharuskan perusahaan untuk mengembangkan solusi tersebut dengan melakukan perekrutan tenaga kerja yang ahli dalam bidang administrasi, agar dalam pencatatan atau



pembukuan administrasi data produksi bisa terorganisir dan tersusun secara optimal.

### Perumusan Matriks EFAS

Matriks *EFAS* (*Eksternal Factor Analysis Summary*) adalah suatu alat analisis yang menyediakan kondisi eksternal perusahaan untuk dapat menentukan faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*. Adapun hasil bobot dan rating pada usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* dapat dilihat pada tabel berikut.

No.	Variabel	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>				
1.	Pemintaan produk yang tinggi	0,17	3	0,51
2.	Peluang pasar	0,19	4	0,76
3.	Memiliki kepercayaan dan loyalitas pelanggan	0,17	3	0,51
<b>Jumlah</b>		<b>0,53</b>		<b>1,78</b>
<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>				
1.	Banyaknya pesaing	0,11	2	0,24
2.	Perubahan cuaca yang tidak stabil	0,11	2	0,24
3.	Fluktuasi harga bahan baku	0,09	2	0,18
4.	Serangan hama dan penyakit	0,15	3	0,42
<b>Jumlah</b>		<b>0,47</b>		<b>1,08</b>
<b>Jumlah (<i>O+T</i>)</b>		<b>1,00</b>		<b>2,86</b>

Hasil identifikasi dari faktor eksternal terdapat 3 faktor peluang (*opportunity*) dan 4 faktor ancaman (*threat*). Peluang pasar merupakan indikator dengan skor tertinggi untuk variabel peluang dengan skor 0,76. Sedangkan serangan hama dan penyakit merupakan indikator dengan skor tertinggi untuk variabel ancaman dengan

skor 0,42. Hal ini dapat disimpulkan bahwa peluang pasar menjadi faktor yang bisa terus berkembang dan bersaing, akan tetapi serangan hama dan penyakit menjadi faktor ancaman yang harus diwaspadai agar proses produksi bisa terus meningkat, mengefisiensi biaya produksi, menghasilkan kualitas bibit atau baglog yang dihasilkan dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

### Hasil Perumusan Matriks IFAS dan EFAS

Berdasarkan hasil dari perumusan matriks *IFAS* dan matriks *EFAS*, pengambilan keputusan dapat diatur untuk mengembangkan beberapa strategi yang digambarkan dalam diagram *SWOT*. Adapun hasil nilai dari *IFAS* dan *EFAS* dapat dilihat pada tabel berikut.

Matriks <i>SWOT</i>	Nilai
Kekuatan ( <i>Strength</i> )	2,12
Kelemahan ( <i>Weakness</i> )	0,83
Peluang ( <i>Opportunity</i> )	1,78
Ancaman ( <i>Threat</i> )	1,08

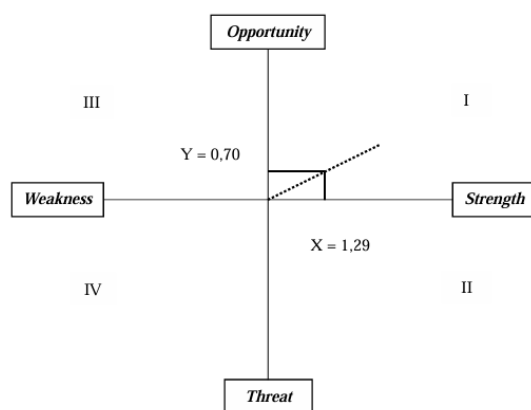
### Penentuan Posisi Perusahaan

Diagram analisis *SWOT* digunakan untuk menentukan posisi strategi perusahaan dengan koordinat (*x* dan *y*), yang menghasilkan alternatif strategi utama untuk pengembangan usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*. Untuk menentukan posisi perusahaan, perhitungan dilakukan berdasarkan selisih sub total nilai dari matriks faktor internal dan faktor eksternal. Hasil posisi *x* dan *y*

ditentukan sebagai berikut.

$$\begin{aligned} X &= S - W \\ &= 2,12 - 0,83 \\ &= 1,29 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y &= O - T \\ &= 1,78 - 1,08 \\ &= 0,70 \end{aligned}$$



### Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan diagram analisis SWOT tersebut, diketahui bahwa usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* berada pada kuadran I (*S-O*) dengan koordinat ( $x = 1,29$ ) dan ( $y = 0,70$ ), posisi ini menandakan bahwa usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* mempunyai peluang yang besar untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki, strategi yang harus dijalankan yaitu menerapkan strategi yang *agresif*, artinya strategi yang perlu dikembangkan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk meraih dan mengambil keuntungan dari

seluruh peluang yang ada.

### Matriks SWOT

Setelah mengidentifikasi seluruh kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang telah diidentifikasi sebelumnya menggunakan matriks *IFAS* dan *EFAS*, analisis matriks *SWOT* merupakan tahap pencocokkan yang menghasilkan alternatif strategi yang tepat untuk dilakukan oleh perusahaan. Perumusan alternatif strategi pengembangan perlu dilakukan dengan analisis menyeluruh terhadap faktor lingkungan internal dan eksternal. Rincian strategi yang tepat untuk usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* dapat dilihat pada tabel berikut.

IFAS	Strength (S)	Weakness (W)
1. Lokasi Perusahaan Strategis 2. Produk Berkualitas 3. Produk Terkenal Di Khalayak Masyarakat 4. Pengalaman Usaha	1. Administrasi Usaha 2. Keterbatasan Tenaga Kerja 3. Media Pemasaran Terbatas	
EFAS	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
1. Permintaan Produk yang Tinggi 2. Peluang Pasar 3. Memiliki Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan	1. Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dengan cara pengawasan produk 2. Memanfaatkan platform media sosial dan membuka titik distribusi baru untuk menjangkau konsumen yang lebih luas 3. Mengembangkan loyalitas pelanggan dan testimoni pelanggan sebagai konten promosi di media sosial dan pemasaran digital	1. Meningkatkan pemasaran produk dengan membuat perencanaan produksi 2. Memperbaiki manajemen dengan meningkatkan kemampuan manajerial 3. Meningkatkan kemampuan dan kompetensi sumber daya manusia
	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
1. Banyaknya Pesaing 2. Perubahan Cuaca yang Tidak Stabil 3. Fluktuasi Harga Bahan Baku 4. Serangan Hama dan Penyakit	1. Mempertahankan kualitas untuk bisa bersaing 2. lingkungan yang optimal dengan memanfaatkan fasilitas dan lahan yang strategis 3. Melakukan penanganan proses produksi secara baik dan tepat pada kondisi dan cuaca yang kurang mendukung	1. Menguasai manajerial yang baik guna pada sistem usahatani dan mengurangi resiko alam 2. Menetapkan harga yang kompetitif tetapi tetap mendapat keuntungan 3. Meningkatkan sumber daya manusia dan menjaga pelayanan pemasaran produk

Setelah menganalisis faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan

ancaman, maka alternatif strategi yang harus diterapkan untuk kondisi usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* yaitu strategi *S-O (Strength-Opportunity)* yang berada pada kuadran I yaitu sebagai usaha yang sedang mendukung strategi *agresif*, artinya strategi yang perlu dikembangkan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk meraih dan mengambil keuntungan dari seluruh peluang yang ada.

### **Alternatif Strategi**

Alternatif strategi yang dirumuskan untuk pengembangan usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* berdasarkan analisis matriks *SWOT* adalah strategi *S-O*.

Strategi *S-O* merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

Strategi *S-O* yang ditempuh oleh usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom*, yaitu:

1. Menjaga dan meningkatkan mutu produk dengan cara pengawasan produk

Menjaga dan meningkatkan mutu produk dapat dilakukan melalui

pemeriksaan secara rutin terhadap kondisi baglog dan menyimpan bibit dalam lingkungan yang sesuai, dan memastikan hasil yang maksimal. Pengawasan yang konsisten terhadap produk menjadi kunci dalam menjamin keberhasilan usaha dengan produk yang berkualitas tinggi dan terciptanya kepercayaan yang berkelanjutan.

2. Memanfaatkan *platform* media sosial dan membuka titik distribusi baru untuk menjangkau konsumen yang lebih luas

Memanfaatkan *platform* media sosial dan membuka titik distribusi baru merupakan pendekatan yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Memanfaatkan *platform* media sosial serta memperluas cakupan pasar dengan membuka distribusi di lokasi atau area yang belum terjangkau sebelumnya dilakukan agar menjangkau pasar yang lebih luas, baik di wilayah lokal, nasional, bahkan internasional melalui *platform* digital.

3. Mengembangkan loyalitas pelanggan dan testimoni pelanggan sebagai konten promosi di media sosial dan pemasaran digital

Mengembangkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan retensi pelanggan membuat pelanggan merasa dihargai untuk tetap membeli produk secara berulang. Serta mengembangkan testimoni yang positif dari pelanggan yang puas bisa membangun kredibilitas serta dapat membantu pelanggan baru merasa lebih percaya pada produk *Syahid Mushroom*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Faktor internal pada usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* terdapat kekuatan yaitu, lokasi perusahaan strategis, produk berkualitas, produk terkenal di khalayak masyarakat, pengalaman usaha. Sedangkan untuk kelemahan yaitu, administrasi usaha, keterbatasan tenaga kerja, metode pemasaran terbatas
2. Faktor eksternal pada usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* terdapat peluang yaitu, permintaan produk yang tinggi, peluang pasar, memiliki kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan untuk ancaman yaitu, banyaknya pesaing, perubahan cuaca yang tidak stabil, fluktuasi harga bahan baku, serangan

hama dan penyakit

3. Kondisi usaha bibit jamur tiram *Syahid Mushroom* berada pada kuadran I (*S-O*) dengan koordinat ( $x=1,29$ ) dan ( $y=0,70$ ). Oleh karena itu, perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang yang besar. Strategi *S-O* merupakan alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan. Elemen-elemen yang perlu dipertahankan dan diperoleh dengan mengintegrasikan kekuatan dan peluang dengan menggunakan strategi *S-O*, yaitu; 1) Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dengan cara pengawasan produk. 2) Memanfaatkan *platform* media sosial dan membuka titik distribusi baru untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. 3) Mengembangkan loyalitas pelanggan dan testimoni pelanggan sebagai konten promosi di media sosial dan pemasaran digital.

### Saran

1. *Syahid Mushroom* disarankan bisa lebih memahami dan memanfaatkan teknologi pada *platform* media sosial dan memperluas pemasaran di media sosial, agar usaha ini dapat lebih berkembang karena jaman sekarang banyak transaksi bisnis terjadi pada media sosial

2. Penting bagi perusahaan untuk melengkapi penulisan administrasi yang belum terstruktur supaya pencatatan usaha atau data produksi dapat lebih jelas dan memungkinkan untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman dalam manajemen dan usaha, sehingga berdampak pada pencapaian strategi yang diharapkan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Budasih, NL., Ambarawati, IGAA., & Astiti, NW. S. (2014). Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 114-130.
- Hermayanti, O. (2013). Strategi Pengembangan Usahatani Jamur Tiram Putih di Dataran Rendah (Studi Kasus di Kelompok Tani “Maju Makmur” Desa Wadungasih, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo). Sidoarjo: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Nazir, M. (2011). Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. (2010). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saragih, B. (2010). Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian. Edisi Ketiga. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.